

Veckoplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring

Tema: Grundläggande marknadsföringskoncept och strategier

Denna planering syftar till att ge eleverna en djupare förståelse för marknadsföringens grundprinciper, strategier och tillämpningar. Eleverna kommer att ges möjlighet att analysera och tillämpa marknadsföringsverktyg i praktiska projekt och studier.

1. Introduktion till marknadsföring och marknadsföringsmix

Undervisningen under dessa fyra veckor syftar till att introducera eleverna till grundläggande marknadsföringskoncept, inklusive marknadsföringsmixen (produkt, pris, plats och påverkan).

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Marknadsföringsmixens delar	Eleven kan redogöra för marknadsföringsmixens delar.
Marknadsanalys och segmentering	Eleven kan beskriva hur segmentering kan användas i en marknadsanalys.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 33 - Introduktion till marknadsföring (14/8-20/8)

- Lektion 1 - Introduktion till marknadsföringens betydelse.
- Lektion 2 - Marknadsföringsmixens komponenter.

v. 34 - Marknadsanalys och segmentering (21/8-27/8)

- Lektion 3 - Olika typer av marknadsanalys.
- Lektion 4 - Segmentering av marknader.

2. Konsumentbeteende och beslutsfattande

Denna modul fokuserar på faktorer som påverkar konsumenters beteende och hur dessa kan påverka marknadsföringsstrategier.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Konsumentens köpprocess och beslutsfattande	Eleven kan beskriva köpprocessens olika steg.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 35 - Konsumentbeteende (28/8-3/9)

- Lektion 5 - Faktorer som påverkar konsumenters beteende.
- Lektion 6 - Analysera olika köpprocesser.

v. 36 - Beslutsfattande i marknadsföring (4/9-10/9)

- Lektion 7 - Beslutsfattande och dess påverkan.
- Lektion 8 - Fallstudier av konsumentbeteende.

3. Digital marknadsföring och sociala medier

Denna modul ger insikter i hur digitala plattformar förändrat marknadsföringslandskapet.

Centralt innehåll

Digital kommunikation och sociala medier

Betygskriterium (E)

Eleven kan beskriva hur sociala medier används i marknadsföring.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 37 - Introduktion till digital marknadsföring (11/9-17/9)

- Lektion 9 - Grunderna i digital marknadsföring.
- Lektion 10 - Plattformar och verktyg.

v. 38 - Användning av sociala medier (18/9-24/9)

- Lektion 11 - Strategier för sociala medier.
- Lektion 12 - Skapa en marknadsföringskampanj på sociala medier.

4. Branding och varumärkesstrategier

Fokus på hur företag bygger och hanterar sina varumärken.

Centralt innehåll

Betygskriterium (E)

Varumärkesstrategier Eleven kan förklara viktiga aspekter av branding.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 39 - Vad är branding? (25/9-1/10)

- Lektion 13 - Definition och betydelse av varumärke.
- Lektion 14 - Exempel på framgångsrika varumärken.

v. 40 - Utveckling av varumärkesstrategier (2/10-8/10)

- Lektion 15 - Skapa en varumärkesstrategi.

- Lektion 16 - Strategier för varumärkeshantering.

5. Marknadsundersökningar och analys

Denna del av kursen handlar om metoder för att genomföra marknadsundersökningar.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Metoder för marknadsundersökningar	Eleven kan beskriva olika metoder för marknadsundersökningar.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 41 - Typer av marknadsundersökningar (9/10-15/10)

- Lektion 17 - Kvalitativa vs. kvantitativa metoder.
- Lektion 18 - Genomföra en marknadsundersökning.

v. 42 - Analys av insamlade data (16/10-22/10)

- Lektion 19 - Redovisa och analysera resultat.
- Lektion 20 - Tillämpning av resultat i marknadsföring.

6. Slutredovisning och projektarbete

Eleverna arbetar med praktiska projekt som knyter ihop kunskaperna från hela kursen.

Centralt innehåll	Betygskriterium (E)
Praktisk tillämpning av kunskaper	Eleven kan presentera och försvara sina resultat.

(Lgr 22, Marknadsföring, Gymnasiet)

v. 43-50 - Projektarbete och redovisning (23/10-17/12)

- Lektion 21-40 - Arbeta med projekt, presentationer och diskussioner.

Tags: [Gymnasiet](#), [Planering](#)